

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

## 理性看待食品“零添加”

食品防腐剂非“洪水猛兽”

□ 本报记者 闫利文/摄

随着人们健康意识的不断提高，人们更加注重了解食品的成分和配料，追求“配料表要干净”“没有科技与狠活”等成为不少消费者选购食品的依据，市场上一些标注“不添加防腐剂”的食品，受到了众多消费者的关注和青睐。但“零添加”的食品真的更安全吗？添加了防腐剂的食品都会影响健康吗？

## 合规使用对人体健康无害

8月13日，记者在北京市丰台区物美大卖场看到，有不少消费者在选购食品时会关注产品配料表。消费者李女士向记者说：“刷短视频时，不少博主都在科普添加剂越少越好，我自己买东西时也格外关注，尤其是不少食品里都有防腐剂，种类也多，感觉吃多了对身体有影响。”不过，也有消费者认为，既然食品生产出来销售，就是符合了国家标准的，影响可以忽略不计。

“食品防腐剂都有害”其实是一种误解，合规使用食品防腐剂，对人体健康无害。科信食品与健康信息交流中心主任钟凯表示，食品防腐剂有很多种类，当前消费者最常见是山梨酸钾、苯甲酸钠、亚硝酸钠等，在食品中添加的主要作用就是抑制各类细菌（例如大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、沙门氏菌）等微生物的生长和繁殖，起到防腐保鲜的效果。

一般情况下，食品在货架上的存放期要达到12—24个月，合规使用合适的食品防腐剂能够有效抑制微生物滋生，防止食品腐败，让食品更加安全，不会对消费者身体健康产生影响。

以在食品中常见的山梨酸钾为例，在各地市场监督管理局发布的食品安全抽样检验项目小知识中就提到，山梨酸及其钾盐抗菌性强，防腐效果好，是目前应用非常广泛的食品防腐剂。长期食用山梨酸及其钾盐超标的食品，可能对肝脏、肾脏、骨骼生长造成危害。

记者查阅《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）后注意到，山梨酸及其钾盐在食品中的最大使用量范围在0.075g/kg—2.0g/kg（以山梨酸计），食品分类不同，最大使用量也有所不同，多数食品的最大使用量在0.5g/kg—1.5g/kg之间。比如蜜饯凉果要求最大使用量是0.5g/kg，干酪和再制干酪及其类似品最大使用量是1.0g/kg，熟肉制品和预制水产品（半成品）的最大使用量是0.075g/kg。据了解，美国食品药品监督管理局（FDA）《联邦法规》指出，山梨酸钾在符合美国良好生产规范的情况下被公认为安全。FDA还制定了严格的指导方针，确定食品和



膳食产品中山梨酸钾的安全和允许使用量。根据联合国粮农组织/世界卫生组织食品添加剂联合专家委员会评估结果，该物质的每日允许摄入量不超过25mg/kg·bw。

在中国农业大学出版社出版的《食品添加剂》教材中也对山梨酸及其钾盐进行了详细的介绍，指出山梨酸是一种不饱和脂肪酸，因为不饱和脂肪酸是饱和脂肪酸同化作用的中间产物，在机体内可正常地参加新陈代谢，据此，它基本上和天然不饱和脂肪酸一样可以在机体内分解产生二氧化碳和水。故山梨酸及其盐类可看成是食品的成分，按照目前的资料可以认为对人体是无害的，可用于婴幼儿、老年、肝脏弱人群食物的防腐。

## 食品添加剂是食品工业灵魂

事实上，在食品工业快速发展的当下，食品添加剂已成为现代食品工业的重要组成部分，防腐剂更是在保障食品安全过程中发挥着不可或缺的作用。

钟凯介绍，现在被广泛应用的防腐剂很多都是天然存在的。例如，常用的苯甲酸就天然存在于蓝莓、红枣等各种果蔬中；而山梨酸在很多植物中也天然存在，比如在枸杞中。一些不添加食品防腐剂的产品有可能是本身就不需要添加，比如一些罐头类产品在生产过程中经高温灭菌，就不需要添加防腐剂。但对于一些不适合采用高温杀菌或其他杀菌工艺的食品来说，如果需要添加防腐剂就得添加，不添加反而不好，可能会对食品的食用安全性产生影响。

北京工商大学食品与健康学院教授曹雁平也表示，食品防腐剂自古就有，古人用盐腌、糖渍、风干等方法来保存食物，之后出现了使用热杀菌方法来抑制微生物繁殖，但这些方法一定程度上会对食品的风味和质构

产生影响，不同食品种类的杀菌情况不同，也存在杀菌不彻底的情况，对食品安全产生影响。随着现代食品工业的发展，研究人员发现一些特殊的成分可以抑制残余的微生物，也就是防腐剂。从这一角度来说，如果杀菌的工艺技术保证不了抑制食品中的微生物，那么添加防腐剂就是必须的，因为保证人体健康是最重要的。

随着现代食品工业的发展，既对食品品质影响小，又能够抑制微生物生长的各种防腐剂被人们不断发现，食品防腐剂的种类也越来越多，并应于在各类食品中。

据相关媒体统计，欧盟食品添加剂法规中允许使用的食品防腐剂有33种；日本厚生劳动省颁布的《食品卫生法》中允许使用的有70余种；中国《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB 2760—2014）中允许使用的防腐剂有26种。

谈到当前市场上各种类型的食品防腐剂时，曹雁平进一步解释到，因为每一种食品的营养成分和pH值不同，导致它腐败的微生物也不一样，所以就需要有不同的防腐剂来保障各种食品的安全，否则一些霉菌和细菌可能滋生。不论是山梨酸钾还是其他类型的防腐剂，他们的安全性都是站在同一起跑线上，就是接受科学的检验，也就是风险评估。只要通过风险评估，获得批准并按标准规范使用，其安全性并无高下之分。

不同国家和地区对食品添加剂的使用要求不同，食品往往是依据各个国家的标准进行生产，也就存在差异问题。曹雁平表示，因为各国饮食习惯不同，在制定某一类食品的标准时也会存在差异。比如山梨酸钾作为防腐剂在各类食品中允许使用的范围确定，实际上是和各个国家消费群体的膳食摄入量有关，通过对男女老幼群体的相关统计分析，确定某类食品膳食摄入量的范围，然后再根据

2023年8月23日

星期三

总第8518期

第5577期

今日4版

## 近五年我国算力总规模年均增速近30%

本报讯 记者日前从2023中国算力大会获悉：近年来，围绕加快算力基础设施建设应用，我国出台一系列重要政策举措，实施一大批重大工程项目。截至目前，我国算力总规模位居全球第二，近五年年均增速近30%。（辛文）

## 亚运会中的轻工身影

□ 本报记者 王薛淄

作为2023年全国最受瞩目的体育赛事，杭州亚运会即将在9月23日开幕。

8月21日，松下电器赞助杭州亚运会产品及服务交付仪式在杭州亚组委办公地昆仑中心举行。来自松下品牌的7880件生活家电，不日即将起航，被运送至亚运村及杭州周边比赛场馆，为各国体育健儿提供赛事保障。

记者了解到，此次移交的各项生活家电除了松下品牌独家赞助的2489台电视机、354台冰箱和2139台洗衣机品类，还包括采用“联合排他”模式，提供的2888样厨房电器、美容电器、除菌电器。在交付仪式上，松下还宣布将提供相应的配套保障服务。

这不是家电企业首次“触电”体育赛事了。从去年的世界杯、到今年的大运会、亚运会，家电企业纷纷赞助赛事，开启体育营销。此次亚运会，除了松下品牌，奥克斯、老板电器也属于官方独家供应商。此前在成都召开的大运会，长虹也是赞助商之一，与此同时，长虹还是中国国家羽毛球队的赞助商。体育营销是长虹品牌营销的重要组成部分。”长虹新闻发言人饶彬彬公开表示。松下电器中国东北亚公司总裁董楚茂在交付仪式上也表示，“松下作为奥林匹克全球合作伙伴，曾携手奥运35年，这次作为杭州亚运会的生活家电赞助商，松下的产品将用于亚运会的运营。今后，松下在业务领域，将继续参与世界各地的体育和文化活动，并为此作出积极贡献。”

事实上，不止体育赛事，赞助运动员、运动队也能为家电品牌带来流量。8月9日万家乐正式签约成为“中国国家跳水队战略合作伙伴”（主赞助商）；7月25日，TCL与中国女篮官方合作伙伴签约仪式在北京举行；5月23日，美的宣布延长与曼彻斯特城足球俱乐部（曼城）的全球合作伙伴关系。

据抖音家电3C行业兴趣用户画像数据显示，男性占比55%，Z世代（18岁—23岁）在家电3C行业兴趣用户的TGI指数（指反映目标群体在特定研究范围内强势或弱势的指数）高达155，与一般体育赛事观众画像相符。对于目前聚焦“年轻化”的家电品牌来说，体育无疑是一个值得关注的拉近与年轻消费者距离的绝佳平台。而据尼尔森报告显示，超过70%的消费者会对大型赛事的赞助品牌产生亲切感，体育营销已经成为受到消费者、体育和品牌三方都赞同的买卖。家电企业热衷于赞助体育赛事不言而喻。

对此，产业观察家洪仕斌指出，在消费电子领域中，由于产品价格普遍较高，消费者决策周期较长，需要品牌进行全方位、多角度的信息触达。品牌赞助大型赛事，其效果未必能在短期内显现，但长期来看，无疑会提升品牌自身在消费者购物选单中的优先级。

## 化妆品瓶生产形势向好

## 今年上半年我国玻璃瓶罐出口额同比增长10.93%

本报讯（记者 解磊）

记者从中国日用玻璃协会获悉，今年6月，我国玻璃瓶罐出口额为2.48亿美元，同比下降9.48%；出口量16.4万吨，同比增长6.27%。今年上半年玻璃瓶罐出口额为15.65亿美元，同比增长10.93%；出口量92.6万吨，同比增长4.33%；平均出口单价为1689.41美元/吨，同比提高6.33%。

中国日用玻璃协会相关负责人表示，在纳入海关统计的各类玻璃瓶罐，上半年出口金额同比基本实现了8%—12%的增长，表现最为突出的是容量小于等于150毫升的玻璃瓶罐，同比出口额增长了12.17%，与行业里反映的上半年化妆品瓶生产形势一片繁荣相吻合；从出口量上看，增长幅度最高的仍然是容量小于等于150毫升的玻璃瓶罐，同比增长15.15%。

该负责人结合今年与去年同期的出口量与出口额分析表示，在各类瓶罐出口产

品中，出口平均单价同比增长比例最高的为大于1升的玻璃瓶罐，同比平均出口单价增长25.67%，出口经济效益表现最佳；其次为容量大于150毫升、小于等于330毫升的玻璃瓶罐，同比平均出口单价增长22.25%。“出口量和出口金额同比增长都非常的高，且呈现逐月走低的趋势，整个上半年出口平均单价同比下降，应引起行业关注。”该负责人说。

此外，今年上半年，1—2月瓶罐出口额同比小幅增长，三四月份出口同比爆发性增长，同比增长分别达到40.15%、36.64%，到五六月份出口与上年同期相比分别出现负增长，且下降幅度扩大。上半年，在纳入出口统计的五类玻璃瓶罐产品中，出口量和出口额最大的均为容量小于等于150毫升的玻璃瓶罐，其出口量占瓶罐总出口量的41.61%，而出口额占总出口额的54.94%。

消费券的设计、发放和使用需要进一步改革、完善和优化。例如，可以加强消费券的监督和管理，确保其合理使用；同时也可以通过数字化手段提高消费券的使用效率和效果，例如通过大数据分析、人工智能等技术手段实现更加精准的投放和监管。此外，还可以通过提高消费者的教育和认知，引导消费者更加合理地使用消费券。更为重要的是，应该考虑开展普惠消费券的设计和发放，进而提高一定时期的居民收入，有效扩大消费。

（证券日报）

## 本报新闻职业道德监督岗

电话：(010)67605353 67606237  
邮箱：xfrbjw@163.com



快来扫一扫我吧！



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程：

步骤一：扫码下载搜狐新闻客户端  
步骤三：选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤二：打开应用点击上方“订阅”  
步骤四：点击右上角“+关注”即可

## 丰富消费场景撬动消费增长 北京等地相继发放消费券

近期，多地发放文旅、餐饮、日用、家居、电子产品等特定行业消费券，形成乘数效应激活消费新动能。据记者不完全统计，8月份以来，已有北京、成都、郑州、长沙、大连等十余地持续加码促消费政策，助推消费潜力不断释放。

具体来看，8月5日至8月20日，北京市面向在京消费者，通过22家企业线上平台发放京彩绿色消费券，用于包括电子产品、家电等55大类超过2万多种商品的选购；8月13日，云南省商务厅发放2023年第二期“彩云绿色智能家电消费券”；8月15日至8月25日，在成都市商务局指导下，美团外卖在成都发放3200万元超市百货消费券，可在多商品类型的活动指定商家外卖购物时使用……

北京师范大学政府管理研究院副院

长、产业经济研究中心主任宋向清对记者表示，消费券发放大致经历三阶段，一是普发普惠阶段，针对所有消费者发放，并统一优惠政策。二是定发特惠阶段，针对特定消费主体发放，实行不同消费优惠。三是行业扶持性发放，针对重点行业重点产业发放消费券，以推动扶持重点领域复苏回暖。

“目前，不同地区基本针对不同行业，按高质量发展目标，发放一定额度期限的特定专用消费券，以提振信心，促进经济发展。”中央财经大学经济学院教授兰日旭在接受记者采访时表示。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对记者表示，从一些地方消费券发放的情况看，消费券覆盖的商品种类更

加丰富，同时，消费券与一些电商平台合作，也丰富了居民消费场景，相关操作也更加简单便捷。

消费券的发放有助于提升居民的消费能力和意愿，对消费意愿、产业发展产生进一步的拉动作用。星图金融研究院高级研究员付一夫在接受记者采访时表示，近几年，消费券作为经常使用的短期促销工具，效果立竿见影。

此外，南开大学金融发展研究院院长田利辉对记者表示，一些消费券的使用条件较为繁琐，需要消费者进行一定的计算和操作，这可能会增加使用难度和不便性。如果消费券的发放和管理不当，可能会导致浪费公共资源的情况发生。田利辉表示，针对这些问题，未来